

Fundacja Wspierająca #OMGKRK

Świat nie stoi w miejscu.
Połączenie to recepta na sukces

Małopolska wspiera lokalny biznes

Najszybciej rozwijają się medycyna,
biotechnologia i nauki przyrodnicze

Fundacja Horyzont360

Jak lokalne inicjatywy wspierają
zrównoważony rozwój

MARR

Poszukiwanie
europejskiej tożsamości

Łukasz Smółka, marszałek Województwa Małopolskiego:

Małopolska. Od startupu
do sukcesu na rynku
międzynarodowym

tech|
on!

KRAKÓW & MAŁOPOLSKA REGION

30/10
2025



Kraków



MAŁOPOLSKA

kbf:

MAGIA RZEMIOSŁA I SIŁA DZIEDZICTWA

– MIĘDZY TRADYCJĄ A TECHNOLOGIĄ

WYDARZENIE BEZPŁATNE | WSTĘP WOLNY | WYMAGANA WCZEŚNIEJSZA REJESTRACJA

KONFERENCJA REGIONALNA Z CYKLU
INNOWACYJNA MAŁOPOLSKA

9 PAŹDZIERNIKA 2025
NOSALOWY DWÓR RESORT & SPA
ZAKOPANE



WIĘCEJ INFORMACJI O PROGRAMIE:
WWW.INNOWACYJNA.MALOPOLSKA.PL



FOT. UMWM

GOSPODARKA

str. 4-6

W jaki sposób samorząd wspiera przedsiębiorców? Mówi o tym Łukasz Smółka, marszałek Województwa Małopolskiego

str. 7

Startupowe wioski impulsem dla rozwoju obszarów górskich. To nowa inicjatywa w ramach Interreg Europa

str. 8-9

Świat nie stoi w miejscu.
– Połączenie to recepta na sukces
– podkreśla Paweł Kulon, prezes Fundacji Wspierającej #OMGKRK



FOT. diCELLa

BIZNES

str. 10-11

– Małopolska to jeden z najdynamiczniej rozwijających się regionów w Polsce
– mówi dr Aleksandra Kubica-Misztal, współzałożycielka i COO firmy diCELLa

str. 12-13

Fundacja Horyzont360.
Od edukacji po ekologię.
Jak lokalne inicjatywy wspierają zrównoważony rozwój

str. 14-15

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego. Kreatywnie, czyli lepiej.
Ciąg dalszy poszukiwań europejskiej tożsamości



FOT. K. SADOWY / AGH

KOSMOS

str. 16-17

Kosmos bliżej biznesu.
Krakowski Park Technologiczny o rosnącej roli sektora kosmicznego

str. 18-20

Jak gminy w Małopolsce budują przewagę
– Standard Obsługi Inwestora w praktyce

str. 21

European Rover Challenge w Krakowie.
Kilkadziesiąt drużyn z całego świata i innowacyjne konstrukcje robotów marsjańskich

WYDAWCA

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki
Zespół ds. Marketingu Regionalnej Gospodarki
ul. Raclawicka 56, 30-017 Kraków

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Andrzej Bańka
redaktor naczelny
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Rafał Kosowski
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Małgorzata Małek

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA

Łukasz Blacha

Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.

REDAKCJA

Edyta Spyrzyńska

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Jerzy Fugas

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Jacek Lach

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Jacek Adamczyk

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA

Barbara Wityńska-Słacz

Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.

Jarosław Komorniczak

Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.

Marek Długopolski

Paulina Szymczewska

„Dziennik Polski”

DRUKARNIA

Leyko

Zdjęcie na okładce: KBF

Małopolska. Od startupu do sukcesu na rynku międzynarodowym

Od kilkunastu lat Małopolska pracuje na miano regionu przyjaznego nowoczesnym technologiom, innowacjom i przedsiębiorczości. Efekty tych działań są wyraźnie widoczne – Małopolska staje się regionem, który coraz powszechniej kojarzy się nie tylko z atrakcjami turystycznymi i bogactwem kulturowym, ale również ze znakomitymi warunkami do wdrażania projektów biznesowych. O to gdzie tkwi tajemnica sukcesu i jak samorząd wspiera przedsiębiorców, by mogli odnieść sukces także na arenie międzynarodowej, zapytaliśmy Łukasza Smółkę, marszałka Województwa Małopolskiego

tekst Biuro Prasowe UMWM



– Przeglądając eksperckie rankingi przygotowywane w Polsce i zagranicą na temat rozwoju nowoczesnej przedsiębiorczości czy startupów, w praktycznie każdym widać mocną pozycję Małopolski i Krakowa. Z czego to wynika?

– Z wielu czynników, najważniejszym są oczywiście ludzie. Mamy świetnych przedsiębiorców, do tego wielu ambitnych, młodych wykształconych ludzi, którzy są zdolni, kreatywni i nie boją się podejmować ryzyka. Tu nie ma zaskoczeń – korzystamy ze znakomitego potencjału ludzkiego, reagującego na potrzeby rynku. My, jako samorząd województwa jedynie staramy się wspierać te trendy i stwarzać warunki do rozwoju. Staramy się być w tym konsekwentni, nie zwalniamy tempa, chcemy by przedsiębiorczość zyskiwała u nas wsparcie na każdym etapie rozwoju. I to się udaje, postęp jest zauważalny. Mamy ugruntowaną pozycję w kraju, ale systematycznie pniemy się do góry również w porównaniu do innych, tradycyjnie silnych europejskich ośrodków.

– Ten sukces jest też doceniany przez innych. Małopolska niedawno po raz kolejny została dostrzeżona przez Komitet Regionów UE w konkursie Europejskiego Regionu Przedsiębiorczości.

– Cieszymy się z tego, że nas doceniono, ale to dla nas nie tylko źródło satysfakcji, ale również motywacja do dalszych działań. W ostatnim czasie uruchomiliśmy kolejne przedsięwzięcia, które mają za zadanie dodatkowo wesprzeć przedsiębiorców lub kandydatów na przedsiębiorców, takie jak np. „Hackathon dla Małopolski” czy „Pomysł na biznes”. To są nowe aktywności, choć absolutnie nie chcemy rezygnować z prowadzonych od lat sprawdzonych i wyczekiwaných przez rynek form wsparcia.

– W jaki zatem sposób docieracie do osób, które dopiero myślały o założeniu działalności gospodarczej?

– Z dużą satysfakcją przyjmujemy fakt, że wielu młodych ludzi myśli o prowadzeniu własnych biznesów. Satysfakcja ta jest tym większa, że często ich plany dotyczą działalności prowadzonej w branżach innowacyjnych, z zastosowaniem nowoczesnych technologii. Zdajemy sobie przy tym sprawę, że co roku na rynek trafia ponad 35 tysięcy świetnie wykwalifikowanych absolwentów małopolskich uczelni. Ten potencjał nie może być zmarnowany. Dlatego dla osób, które być może jeszcze się zastanawiają nad wyborem przyszłej ścieżki zawodowej mamy specjalną ofertę w postaci **Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości w Małopolsce**. Od 15 lat w listopadzie każdego roku koordynujemy organizację, w mniej więcej 20 miejscowościach naszego regionu, około 200 wydarzeń dla kilku tysięcy uczestników, których główną ideą jest popularyzacja postaw przedsiębiorczych. To dla nich, najczęściej młodych ludzi, około 40 instytucji partnerskich z całej Małopolski przygotowuje wtedy wykłady, warsztaty, indywidualne konsultacje. Ich tematyka jest bardzo różnorodna. Od tej która skupia się na tym jak rozpocząć przygodę z biznesem i co warto wiedzieć zanim otworzy się własną firmę, przez optymalizację kosztów, wybór formy prowadzenia działalności aż po źródła dofinansowania firmy na otwarcie biznesu bądź rozwój. Nie brakuje wydarzeń poruszających tematykę budowania marki, metod pozyskiwania klientów, nowych technologii i sztucznej inteligencji.

– Nie jest to jedyna forma promowania biznesu wśród młodych ludzi.

– To prawda. Wydarzeniem o trochę mniejszym zasięgu, ale niezwykle wartościowym z punktu widzenia młodych ludzi zamierzających otworzyć własny biznes jest „Hackathon dla Małopolski”. To nasza nowa inicjatywa. Realizujemy ją od 2024 roku i do tej pory zorganizowaliśmy dwie edycje, a trzecia zaplanowana jest jesienią w Tarnowie. Hackathon opiera się na organizacji inspirującego dwudniowego wydarzenia, podczas którego specjaliści z różnych dziedzin, ale najczęściej młodzi ludzie, którzy myślą o założeniu firmy, pracują nad rozwiązaniami, które mogą mieć realny wpływ na rozwój województwa. Uczestników łączymy w zespoły, które nie tylko rywalizują ze sobą, ale i inspirują się wzajemnie oraz pozwalają spojrzeć na dane wyzwanie z różnych perspektyw. Szczegółowe wyzwania, nad którymi uczestnicy pracują przez dwa dni, prezentowane są na początku Hackathonu, tak aby każdy miał równe szanse. Przygotowane przez zespoły rozwiązania są prezentowane przed członkami jury, wśród których są m.in. inwestorzy i przedsiębiorcy. Na zwycięzców czekają oczywiście atrakcyjne nagrody, ale ważniejsze jest to, że „Hackathon dla Małopolski” daje młodym ludziom szansę na zdobycie praktycznej wiedzy jak przekształcić pomysł w dochodowy biznes, uczy współdziałania w grupie, ale również daje możliwość pracy z doświadczonymi mentorami oraz ekspertami.

– Pozytywna inspiracja to jednak może być za mało. Przecież zapał obudzony w młodym człowieku może szybko

ostygnać. Jako Województwo jesteście przygotowani na taką ewentualność?

– Oczywiście nie każdy, mimo że zaciekał go idea przedsiębiorczości, podąży za wyzwaniem i założy własną działalność. Jednak wszyscy, którzy nie rezygnują z tego pomysłu mogą liczyć na dalszą pomoc. Chcemy ułatwić im stworzenie planu działania. I tę rolę spełnia kolejny z naszych nowych programów „Pomysł na biznes”. Uruchomiliśmy go w tym roku i czekamy z niecierpliwością na jego pierwsze efekty. Projekt polega na inkubacji pomysłów biznesowych pełnoletnich mieszkańców Małopolski, którzy nie prowadzą jeszcze działalności gospodarczej, ale planują to zrobić i myślą o tym bardzo poważnie. To program szkoleniowo-mentorski, podczas którego można skorzystać ze specjalistycznych szkoleń i warsztatów biznesowych m.in. z marketingu, sprzedaży, badania potrzeb klientów, finansowania, modeli biznesowych czy prezentacji przed inwestorami. Do tego dochodzą indywidualne konsultacje z mentorami. Na razie „Pomysł na biznes” realizujemy w Krakowie i Tarnowie, a uczestnicy programu dowiadują się dzięki niemu jak powstające w ich głowie pomysły przekuć na realne działanie biznesowe.

– Po nabraniu przekonania do prowadzenia biznesu, po utwierdzeniu się, że pomysł jest naprawdę dobry, powinien przyjść czas na...

– ...wypracowanie strategii. I tu staje się pomocny kolejny program, który realizujemy od 2013 roku. Chodzi o „Małopolska – tu technologia staje się biznesem”. Ponieważ istnieje spore zapotrzebowanie w lokalnej społeczności startupowej na organizację oddolnych, inspirujących, kreatywnych wydarzeń, my wychodzimy tym oczekiwaniom naprzeciw. Wspieramy więc te wydarzenia, a corocznie uczestniczą w nich tysiące osób. Do tej pory pomogliśmy przy organizacji około 200 takich eventów, zarówno dużych wydarzeń konferencyjnych i networkingowych, takich jak Summer Jam (największe spotkanie małopolskiej społeczności startupowej), TEDxKazimierz (wydarzenie prezentujące wartościowe projekty i idee) czy RoboChallenge (warsztaty przybliżające nowe technologie, szczególnie dzieciom i młodzieży), jak i trochę mniej znanych, ale zawsze stojących na świetnym poziomie merytorycznym. Przedsięwzięcia te stanowią nie tylko okazję do nawiązania cennych kontaktów, ale też do poszerzenia wiedzy i wymiany doświadczeń, które są tak ważne w trakcie pracy nad strategią dla powstającej firmy.

– Rozpoczęcie działalności nie zawsze, szczególnie na początku, daje efekty, na jakie liczy początkujący przedsiębiorca. U wielu młodych biznesmenów, którzy wcześniej wierzyli w powodzenie swojej misji pojawiają się frustracja czy wątpliwości, co do obranej wcześniej drogi. Łatwo wtedy o rezygnację z niegdyś ambitnych planów.

– Prowadzenie własnej działalności to ogromne wyzwanie i na pewno często dochodzi do frustrujących sytuacji, gdy młoda osoba nie osiąga oczekiwanych wyników i zaczyna jej brakować pomysłu na poprawienie swojej pozycji na rynku. Dla takich osób Województwo Małopolskie również ma ofertę. Od 2017 roku wdrażamy, przy wsparciu unijnym, program **#StartUP Małopolska**. Polega on na akceleracji młodych innowacyjnych firm prowadzących działalność w naszym regionie. W 11. edycjach programu wzięło udział aż 80 firm.

– Na czym program ten polega?

– Na wyposażeniu młodych przedsiębiorców w kluczowe kompetencje biznesowe, po to by przyspieszyć ich rozwój, ale też stworzyć przestrzeń do nawiązywania przez nich wartościowych relacji i kontaktów. Dzięki warsztatom, mentoringowi, m.in. z zakresu marketingu, sprzedaży czy prezentacji, dostosowanych do indywidualnych potrzeb uczestników, a także udziałowi w najważniej-

**Łukasz Smółka:
– W bieżącym okresie finansowania unijnego przeznaczamy na rozwój małopolskich firm blisko 300 mln euro!**

szych wydarzeniach startupowych i branżowych w Polsce, przedsiębiorcy mogą zupełnie inaczej spojrzeć na prowadzone dotychczas przez siebie firmy. Wspiera ich w tym manager akceleracji. Zdobywają wiedzę w obszarach kluczowych dla rozwoju ich biznesów, mogą szczegółowo zdiagnozować swoje potrzeby i bardziej racjonalnie określić kierunki dalszej działalności. Jest to o tyle bardziej racjonalne, że współpracują przy tym procesie z najlepszymi ekspertami, czy nawet z inwestorami i przedstawicielami dużego biznesu. To wszystko pozwala na usprawnienie ich procesów sprzedaży i pozyskiwania klientów, ulepszenie działań marketingowych, podniesienie kompetencji w zakresie prezentacji swojej firmy, nawiązanie kontaktów i relacji biznesowych. Od tego roku program #StartUP Małopolska będzie poszerzony. Obejmie akcelerację nie tylko firm, które już mogą się pochwalić jakimś dorobkiem, ale również debutantów na rynku, dla których przygotowane zostaną działania inkubacyjne. #StartUP Małopolska będzie miał więc dwie ścieżki: inkubacji – dla firm funkcjonujących nie dłużej niż trzy lata oraz akceleracji – dla startupów obecnych na rynku maksimum pięć lat.

– Mówimy do tej pory o początkujących biznesach, a przecież wiadomo, że każda gospodarka i społeczność opierają się na tych przedsiębiorcach, którzy mają na swoim koncie pewne sukcesy, zatrudniają pracowników i dla których największym wyzwaniem jest utrzymanie pozycji na rynku i dalsza ekspansja.

– Zgadza się. Zdajemy sobie sprawę z tego, że kto się w biznesie nie rozwija, ten faktycznie stoi w miejscu, albo nawet cofa. Dlatego nie zapominamy o dawaniu narzędzi tym, za którymi już stoją istotne dokonania i którzy wciąż myślą o poszerzaniu czy unowocześnianiu swojej oferty.



FOT. UMWM



Tutaj z pomocą przychodzą środki unijne dostępne dla przedsiębiorców w programie **„Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027”**. W bieżącym okresie finansowania unijnego przeznaczamy na rozwój małopolskich firm blisko 300 mln euro! To pieniądze, które przedsiębiorcy mogą przeznaczyć na badania, wsparcie techniczne, innowacje, rozwój cyfryzacji, wdrażanie dostępnych już rozwiązań technologicznych, transformację energetyczną, inwestycje ekologiczne, a także promocję na rynkach zagranicznych. Wszystkie te cele inwestycyjne dodatkowo wzmocnią pozycję małopolskich przedsiębiorstw, sprawią że będą bardziej konkurencyjne, również na rynkach międzynarodowych i będą prowadzić działalność w warunkach bardziej przyjaznych dla środowiska.

– Czy w Małopolsce jest jeszcze miejsce na inwestorów? Czy również w tym zakresie oferujecie jakieś wsparcie?

– Oczywiście, tak. Za ten aspekt wsparcia odpowiada wyjątkowa w skali kraju inicjatywa, współprowadzona przez Województwo Małopolskie, Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego i Krakowski Park Technologiczny. Chodzi o **Centrum Business in Małopolska**, którego głównym zadaniem jest wspieranie inwestorów zarówno zagranicznych, jak i krajowych, zainteresowanych lokowaniem nowych inwestycji w naszym regionie. Osoby pracujące w Centrum zajmują się m.in. opracowaniem ofert obejmujących sugerowane lokalizacje dla inwestycji czy przekazywaniem kompleksowych informacji na temat warunków prowadzenia działalności gospodarczej, kosztów pracy, możliwości pozyskania pracowników czy skorzystania z publicznych źródeł wsparcia. Drugim filarem działalności tej instytucji jest wsparcie planów tych małopolskich przedsiębiorców, którzy planują zagraniczną ekspansję.

Głównym zadaniem Centrum Business in Małopolska jest wspieranie inwestorów zarówno zagranicznych, jak i krajowych

– Małopolanin prowadzący swoją aktywność gospodarczą w Małopolsce, według słowa Pana Marszałka, może więc liczyć na wsparcie Województwa od chwili, gdy zainteresuje się działalnością gospodarczą, aż do czasu, gdy zaczyna skutecznie podbijać rynki zagraniczne?

– Wydaje mi się, że to stwierdzenie wymaga uzupełnienia. Sięgamy jeszcze dalej. Jedną z ostatnich naszych inicjatyw było bowiem powołanie **Małopolskiej Sieci Sukcesorów**, czyli pionierskiego programu, którego głównym zadaniem jest wspieranie procesów sukcesji w firmach działających na terenie regionu. Wyzwanie sukcesji dotyczy zwiększającej się wciąż liczby przedsiębiorstw i – wbrew powszechnym wyobrażeniom – może być ono mocno skomplikowane. A przecież udane przeprowadzenie sukcesji międzypokoleniowej nierzadko decyduje o dalszym rozwoju i stabilności firm rodzinnych, zapewnia im trwałość i kontynuację działalności w zmieniających się warunkach rynkowych. Program ma na celu podniesienie gotowości firm do przeprowadzenia sukcesji poprzez rozwijanie wiedzy i umiejętności przyszłych sukcesorów, zwiększa również świadomość społeczną na temat znaczenia sukcesji. Małopolska Sieć Sukcesorów sprzyja także wymianie doświadczeń oraz networkingowi, co umożliwia młodym sukcesorom nawiązywanie cennych kontaktów z innymi przedsiębiorcami i ekspertami w dziedzinie zarządzania. W ubiegłym roku program doceniony został na szczęblu ogólnokrajowym, zajmując drugie miejsce w konkursie „Innowacyjny Samorząd 2024”, organizowanym przez Serwis Samorządowy Polskiej Agencji Prasowej, w którym wyłaniane i nagradzane są najbardziej innowacyjne samorządy w Polsce. Do tej pory zrealizowaliśmy cztery edycje programu, z którego skorzystało około 90 sukcesorów małopolskich firm, ale z pewnością tych edycji będzie znacznie więcej.

Start in Mountains. Startupowe wioski będą impulsem dla rozwoju obszarów górskich

To nowa inicjatywa w ramach Interreg Europa, która wspiera innowacje i przedsiębiorczość na wiejskich obszarach górskich. Jednym z partnerów tego międzynarodowego projektu, którego realizacja rozpoczęła się w maju tego roku, jest Województwo Małopolskie

Tekst: Zespół ds. Przedsiębiorczości, Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Celem projektu „Startupowe wioski impulsem dla rozwoju obszarów górskich” (ang. „Startup village as an impulse for mountain areas”, akronim projektu: „Start in Mountains”) jest wzmocnienie lokalnych ekosystemów innowacji oraz wspieranie rozwoju startupów na wiejskich obszarach górskich Europy.

Czego dotyczy projekt?

Wiejskie obszary górskie (Mountainous Rural Areas – MRAs) zajmują niemal 30 proc. terytorium Unii Europejskiej i zamieszkuje je około 13 proc. populacji. Wiele z tych regionów zmagają się jednak z problemem wyludniania, ograniczonym dostępem do usług oraz stagnacją gospodarczą.

Projekt „Start in Mountains” odpowiada na te wyzwania, dążąc do stworzenia na tych obszarach możliwości rozwoju innowacji i przedsiębiorczości, wykorzystując model „Startupowej wioski” (ang. „Startup Village”), czyli miejsca lub sieci małych miejsc, które charakteryzują się ambicją zapewnienia korzystnych warunków dla rozwoju innowacyjnych firm, w tym poprzez tworzenie odpowiednich ekosystemów wspierających startupy.

Jakie zmiany może przynieść projekt „Start in Mountains”?

Wiejskie obszary górskie to często odległe i słabo zaludnione regiony, które borykają się z ograniczoną infrastrukturą oraz niedostatecznym wsparciem. W takiej sytuacji niezbędne jest wdrożenie polityk dostosowanych do ich specyfiki, które stworzą sprzyjające warunki dla rozwoju startupów i małych przedsiębiorstw.

Wzmacnianie dynamicznych i zróżnicowanych lokalnych gospodarek jest kluczowe, aby tereny te stały się bardziej atrakcyjne i odporne na wyzwania przyszłości. Projekt pozwoli wypracować najlepsze praktyki w tym zakresie, które będą mogły być – w dalszej kolejności – wdrożone do polityki rozwoju poszczególnych krajów i regionów.

Kto bierze w nim udział?

Projekt koordynowany jest przez Prowincję Teruel (Hiszpania) przy wsparciu partnera doradczego Euromontana (Europejskie Stowarzyszenie Obszarów Górskich) i łączy osiem organizacji z Europy. Siedem samorządów regionalnych i lokalnych wspólnie z interesariuszami będzie zatem pracować nad tworzeniem skuteczniejszych i bardziej dostępnych rozwiązań wspiera-

Interreg
Europe



Co-funded by
the European Union

Start in Mountains

jących przedsiębiorczość w regionach górskich – by zatrzymać wyludnianie i ożywić lokalną gospodarkę.

Małopolska jest jednym z ośmiu partnerów zaangażowanych w realizację projektu. Pozostali partnerzy to: Region Teruel (Hiszpania), Rada Regionu Grand Est (Francja), Stowarzyszenie Rozwoju Pro Cultura Siculi (Rumunia), Instytut Rozwoju i Innowacji (Serbia), Wspólnota Międzygminna Beiras i Serra da Estrela (Portugalia), Bałkańska Fundacja na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (Macedonia Północna), Euromontana – Europejskie Stowarzyszenie Obszarów Górskich (Francja, partner doradczy). W projekt zaangażowany jest również Rząd Aragonii (Hiszpania) jako instytucja wspierająca politykę publiczną.

Kiedy projekt będzie realizowany?

Okres realizacji działań przewidziany jest na lata 2025-2029 (36 miesięcy – faza I: Wymiana doświadczeń i 12 miesięcy – faza II: Monitorowanie wdrożenia usprawnień do polityki regionalnej).

Budżet projektu dla całego konsorcjum (osiem instytucji, w tym partner wiodący i partner doradczy) to około 1,4 mln euro, w tym dofinansowanie unijne to 1,1 mln euro.

Projekt „Start in Mountains” oficjalnie zainaugurowano 26-27 maja w Brukseli. Natomiast 11 i 12 września w Małopolsce odbyły się pierwsze międzyregionalne warsztaty z udziałem wszystkich partnerów projektów oraz przedstawicieli interesariuszy z poszczególnych krajów i regionów. Tematem warsztatów były „zasoby fizyczne”, tj. rozmawiano jak infrastruktura (np. inkubatory, fablab, dostęp do internatu, ale i specjalistycznych laboratoriów) może wspierać rozwój startupów na górskich terenach wiejskich. Wypracowane dobre praktyki będą mogły być wdrażane w różnych regionach Europy.

Realizacja projektu jest współfinansowana przez Unię Europejską w ramach programu Interreg Europa. Bieżące informacje na temat jego realizacji są dostępne są na stronie internetowej <https://www.interregueurope.eu/start-in-mountains>



Projekt „Start in Mountains” zainaugurowano w Brukseli. Natomiast pierwsze międzyregionalne warsztaty odbyły się w Małopolsce

Świat nie stoi w miejscu

– Człowiek z człowiekiem. Biznes z biznesem. Połączenie to recepta na sukces – mówi Paweł Kulon, prezes Fundacji Wspierającej #OMGKRK

tekst Marek Długopolski

– Co kryje się pod tajemniczym skrótem #OMGKRK?

– Fundacja Wspierająca #OMGKRK to organizacja pozarządowa, non-profit, której celem jest budowanie, aktywizowanie, animowanie i przyspieszanie rozwoju światowej klasy ekosystemu innowacji w Krakowie i Małopolsce.

– Połączenie – to kluczowe słowo dla #OMGKRK?

– Tak. „Connection” to hasło Summer Jam, naszego flagowego wydarzenia, które odbyło się 28 sierpnia, ale także słowo, które idealnie charakteryzuje misję fundacji. Summer Jam, regularne Hangouty oraz kompleksowe raporty dotyczące małopolskich startupów, łączą wszystkich, którzy myślą o biznesie w świecie nowoczesnych technologii, innowatorów i inwestorów. Jednocześnie promujemy Kraków i Małopolskę jako miejsca rozwoju wiodących technologii oraz nowoczesne centra przedsiębiorczości w Europie. Tym samym podnosimy widzialność startupowego ekosystemu na rynkach zagranicznych.

– W jaki sposób?

– Łączymy ludzi i firmy... Znamy właścicieli startupów, którzy poszukują pieniędzy na rozwój, ale mamy również kontakty z inwestorami, którzy mają ochotę zainwestować w interesujące, nowoczesne technologie. Odzywają się do nas także szefowie firm, którzy w Małopolsce – wiedząc, że jest tutaj mnóstwo talentów – pragną otworzyć np. biura. Chodzi o to, aby poznać – z jednej i drugiej strony – odpowiednie osoby. To praca, której najczęściej nie widać, dzieje się po cichu, na zapleczu, ale jest bardzo ważna. W tym świecie nasza fundacja jest więc pewnego rodzaju hubem godnych zaufania informacji.

– Zajmujecie się także łączeniem sektora prywatnego z publicznym. Dlaczego?

– Często zdarza się tak, że na tym samym rynku działają niezależnie od siebie, a dużo lepsze efekty przyniosłoby ich współdziałanie. Dlatego obydwa te światy muszą się ze sobą komunikować. Nasza fundacja pełni więc rolę swego rodzaju mostu umożliwiającego komunikację pomiędzy tymi sektorami.

– Kraków, na tle Polski, uchodził do tej pory za miejsce wręcz idealne do rozwoju startupów.

– I tu się nic nie zmieniło. Kraków już od dziesiątków lat, wręcz historycznie, związany jest z firmami technologicznymi. Tu przecież ukształtowały się tak znane startupy, osiągając globalne sukcesy, jak Brainly, Estimate czy Synerise. I od razu dodam, że wciąż powstają nowe innowacyjne firmy, które mają nadzieję na odniesienie podobnych lub nawet większych sukcesów. Tylko więc czekać, aż pojawią się kolejni gracze z Małopolski na światowej scenie gospodarczej.

– Gdzie tkwi tajemnica tych sukcesów?

– Kraków i Małopolska mają olbrzymie zasoby utalentowanych i kreatywnych ludzi. Takich, którzy nie spoczywają na laurach, chcą działać, odkrywać nowe światy innowacji. Stolica regionu jest też potężnym magnesem, który przyciąga nietuzinkowe umysły nie tylko z pozostałych regionów Polski, ale praktycznie z całego świata. W dodatku jest świetnym i bezpiecznym miejscem do życia, wypoczynku oraz skupienia się na pracy.

– Czy jest to już dojrzały ekosystem startupowy?

– Powiedziałbym, że wciąż dojrzewający. Choć nie jest zbyt duży, to w jakimś sensie jest bardzo rzutki. To społeczność, która się zna i lubi. Środowisko krakowskie jest też w miarę dobrze zintegrowane i zarazem bardzo aktywne. Sporo więc się tu dzieje. Stąd tak dużo wyrosło tutaj startupów i scaleupów, jest też wiele osób kreatywnych, inwestorów, a także twórców całych ekosystemów. Mimo to wciąż jest to ekosystem, który się rozwija. I to jest w nim najpiękniejsze.

– Mamy Aniołów Biznesu, którzy nie boją się ryzyka, potrafią zainwestować pieniądze w niepewny rezultat?

– Tak. I bardzo mnie to cieszy, że Polska, Małopolska i Kraków wreszcie dorobiły się pierwszego pokolenia przedsiębiorców, którzy zaczęli inwestować pieniądze w startupy.

Ahmad Piraiee (z lewej) i Paweł Kulon podczas Summer Jam 2025



– Kim są?

– Najczęściej są to przedsiębiorcy, którzy jeszcze nie tak dawno byli właścicielami firm – średnich lub dużych – lub często ich wiodącymi udziałowcami. Gdy je sprzedali, albo z nich odeszli, na ich kontaktach pojawił się spory wolny kapitał. Teraz chcą go wykorzystać – także swoje biznesowe doświadczenie – inwestując w interesujące firmy. Aniołowie Biznesu niekiedy czynią to samodzielnie, częściej łącząc się z innymi inwestorami. I jest to tzw. mądry kapitał.

– Mądry, bo...

– Aniołowie Biznesu mają już za sobą lata działalności oraz olbrzymie doświadczenie. A skoro mają kapitał, to znaczy, że ich działalność zakończyła się sukcesem. Teraz to doświadczenie, a także sieć przez lata rozwijanych kontaktów czy informacje, mogą przekazać startującym w świecie biznesu startupom. W ten sposób rodzi się biznesowa magia.

– Gdyby poszukać takiego nowatorskiego podejścia do innowacyjnych rozwiązań?

– To z pewnością warto zwrócić uwagę na Tomka Stawarskiego, założyciela i dyrektora generalnego Tequipy. Ma bowiem wyjątkowy talent do ogarniania chaosu, niesamowity umysł, a także olbrzymie startupowe doświadczenie. Jego firmę wyróżniliśmy podczas jednego z ostatnich Hangoutów.

– Dlaczego?

– Tomek pracował niegdyś w Revolucie. Tam dostrzegł, że wysoko kwalifikowani pracownicy więcej czasu poświęcają na śledzenie tego, co dzieje się na ekranach komputerów, niż na rozwiązywanie realnych problemów. Konstatacja ta doprowadziła go do założenia firmy, która usprawnia globalne procesy IT – szczególnie ważne dla firm rozproszonych po całym świecie. Tak narodziła się Tequipy. Gdy zrobili tzw. rundę, od Aniołów Biznesu zebrali na to rozwiązanie około 700 000 euro.

– Na kogo jeszcze warto zwrócić uwagę?

– Choćby na edrone. Jego twórcy, Michał Blak i Rahim Blak, udowodnili, że artystyczne wykształcenie daje świetne wyniki w biznesie. Założyli firmę, która tworzy narzędzia idealnie dopasowane do profilu działalności małych i średnich firm w branży e-commerce. Efekty przyniosły nadspodziewanie dobre wyniki dla tych firm – zwiększając zaangażowanie kupujących, a co za tym idzie także sprzedaż. Zaczynali od rynku polskiego, a teraz edrone obsługuje 2000 klientów w 25 krajach na 5 kontynentach. Jednym z ich najważniejszych rynków jest dzisiaj Brazylia.

– Kraków to wciąż świat gamingu?

– Zdecydowanie tak. W tej branży działa kilkadziesiąt firm, tutaj także odbywa się Digital Dragons, największa konferencja gamingowa w Europie Środkowo-Wschodniej, organizowana przez Krakowski Park Technologiczny. I od razu podkreślę, że taką naszą krakowską perłą wśród tych firm jest Reality Games.

– Czym się zajmuje?

– Tworzy wirtualny świat na podstawie danych ze świata rzeczywistego. Dzięki Reality Games Zbigniewa Woźnowskiego miliony graczy – za pośrednictwem choćby Landlord Go! – mogą zarządzać 10 miliardami działek praktycznie w każdym zakątku globu. Choć to gra, to dzieje się na podstawie prawdziwych danych. Od 2024 roku firma koncentruje się z kolei na rozwijaniu mobilnej gry Monopoly World, łącząc bogatą tradycję gier planszowych

ze sprawdzoną przez siebie koncepcją gier opartych o geolokalizację... To świadczy o skali jej globalnego sukcesu.

– Czy za sukces Reality Games można uznać również utworzenie siedziby nie w którymś z nowoczesnych biurowców, a w budynku dawnego Dworca Głównego w Krakowie?

– To przykład jak Zbigniew Woźnowski podchodzi do biznesu. W tej pięknej historycznej lokalizacji chce nie tylko rozwijać firmę, ale stworzyć w niej kolejne miejsce, w którym rozkwitnie krakowski startupowy Town Hall. Ma tu powstać swego rodzaju hub innowacji, w którym będzie miejsce na spotkanie, konferencje meetupy dla startupów. Zbigniew cały też czas podkreśla, że zależy mu na poszukiwaniu talentów oraz obiecujących projektów gier gamingowych.

– Taką pomocą w poszukiwaniach mogą być raporty #OMGKRK?

– Myślę, że tak. Oczywiście one nie dotyczą tylko branży gier, ale całego startupowego środowiska i jego otoczenia. Nasz raport to przecież pierwsza tak kompleksowa publikacja o ekosystemie krakowskich startupów, prezentująca informacje o ich liczbie, zatrudnieniu, specjalizacjach, modelach biznesowych, etapach rozwoju, źródłach finansowania, ale też wyzwaniach, z jakimi się wciąż mierzą. Jest to więc świetna baza danych o startupach dla np. Aniołów Biznesu czy inwestorów. Raporty te powstają we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego i Urzędem Miasta Krakowa. W ten sposób informujemy, co dzieje się w tym dynamicznie rozwijającym się świecie. Oczywiście to także świetna promocja nowoczesnego oblicza Krakowa i Małopolski.

– Sztuczna inteligencja jest sprzymierzeńcem czy wrogiem środowiska startupowego?

– Zdecydowanym sprzymierzeńcem. Chyba nie ma startupu, który nie wykorzystywałby możliwości, jakie niesie. Dzięki sztucznej inteligencji ten sam zespół, z reguły dużo mniejszy niż w wielkich korporacjach, ma szansę na jeszcze bardziej efektywną działalność. Oczywiście nieco inaczej przedstawia się sytuacja firm, które do tej pory zajmowały się tylko Business Process Outsourcing, a więc działaniami niewymagającymi zbyt dużej ludzkiej kreatywności.

– To znaczy?

– Gdy na rynek nieco mocniej weszła AI, to okazało się, że wiele działań na poziomie np. junióra programisty, zostało zautomatyzowanych. I proces ten będzie oczywiście postępował. To oznacza utratę pracy także dla tych wszystkich, którzy do tej pory dostarczali dane dla sztucznej inteligencji. Teraz okazało się, że „karmili” ją danymi tylko po to, aby zostać przez nią zwolnionymi. I właśnie dlatego w środowisku, w którym przez lata praca była pewna, stabilna, stosunkowo dobrze płatna, panuje teraz nastrój pewnego niepokoju i depresji. Wciąż bowiem pozostaje otwarte pytanie – co dalej?

– Co więc dalej?

– Tego jeszcze chyba nikt nie wie. Myślę jednak, że wkrótce pojawią się nowe zawody, nowe wyzwania. I wiele firm znów oddechnie z ulgą, zaczynając kolejne inwestycje. Będą więc potrzebowali pracowników... Na razie jednak w tym świecie, na rynkach szeroko rozumianej Europy Środkowo-Wschodniej, panuje spora doza niepewności. Sztuczna inteligencja bardzo mocno bowiem rozchwieła kamień węgielny gospodarki BPO.

– Kraków i Małopolska wciąż są najjaśniejszymi gwiazdami na startupowym firmamencie?

– Myślę, że tak. Kraków wciąż bowiem może pochwalić się imponującą liczbą utalentowanych ludzi. Takie ich nagromadzenie znajduje się tylko w kilku miejscach na świecie. W dodatku nie boją się oni zmiany otoczenia biznesowego.

– Lubią tworzyć w chaosie?

– Na pewno doskonale się w nim czują i potrafią w takiej sytuacji działać. Chaos dla startupów jest czymś naturalnym.

**Paweł Kulon:
– Kraków
i Małopolska
mają olbrzymie
zasoby
utalentowanych
i kreatywnych
ludzi.
Takich,
którzy nie
spoczywają
na laurach,
chcą działać
i odkrywać
nowe światy**

Firmy te są bardzo elastyczne, przyzwyczajone do gwałtownych zmian rynkowego „wiatru”. Jeśli nie wypali im jeden pomysł, startują z drugim, trzecim, czwartym... I tak do skutku, aż znajdą ten wymarzony produkt. Są to firmy dynamiczne, błyskawicznie i elastycznie reagujące na to, co dzieje się w świecie innowacji, technologii czy szerzej – w gospodarce. Myślę więc, że małopolskie startupy są gotowe na każdą zmianę.

– Wracając do Summer Jam. Kogo łączy?

– Staramy się połączyć wszystkich graczy na startupowej scenie. W Summer Jam chodzi o to, aby przyjść, poznać się, wymienić się wiedzą, zainspirować się od innych, ale też poczuć się częścią większego ekosystemu. To oczywiście okazja do poznania partnerów w przyszłym biznesie, a także może też przyjać na lata. W dodatku wszystko to dzieje się w luźnej, niezobowiązującej letniej atmosferze. I to właśnie jest najważniejsze w tej imprezie, to jest jej siła. Tak też było 28 sierpnia, kiedy to w krakowskim Hype Parku, udało nam się połączyć ponad 500 osób. Nie ukrywam, że jestem bardzo zadowolony z tegorocznego Summer Jam.

– Summer Jam to tylko biznes i rozrywka?

– Tak, ale nie tylko.

– To znaczy?

– Ludzie chcą współpracować nie tylko z tymi, których lubią i znają, ale przede wszystkim z tymi, którym ufają. Summer Jam to świetna okazja do nawiązania nici porozumienia pomiędzy przedstawicielami świata innowacji, startupów, inwestorów, twórców oraz liderów opinii. I wszystko to w jeden wieczór.

– Kto w tym roku pojawił się podczas Summer Jam?

– Podczas tego wyjątkowego wieczoru mogliśmy poznać niezwykle historie Ahmada Piraiee (Startup Grind Warsaw), Zoltana Vardy’ego, Vincenta Vergonjeanne’a (Lucky Duck Games), Lalita Kumara Gupty (Samay), Matta Swulinskiego (Wispr Flow), a także wspomnianego już Zbigniewa Woźnowskiego z Reality Games. Świat ten napędzają także Kraków jako „City of Connections”, a także Małopolska Innowacyjna.

– To najważniejsze letnie wydarzenie networkingowe w Krakowie?

– Powiem nieskromnie – tak. Jednak Summer Jam to więcej niż tylko wydarzenie – to doskonały i zarazem konkretny przykład współpracy krakowskiego środowiska startupowego. Już wkrótce nawiązane podczas Summer Jam 2025 kontakty rozkwitną, napędzając postęp krakowskiej, małopolskiej, a być może światowej gospodarki.



Małopolska wspiera lokalny biznes

– Małopolska to jeden z najdynamiczniej rozwijających się regionów w Polsce w zakresie nauk przyrodniczych, medycyny i biotechnologii – podkreśla dr Aleksandra Kubica-Misztal, współzałożycielka i COO firmy diCELLa Sp. z o.o., członkini Małopolskiej Rady Biznesu

tekst Paulina Szymczewska

– diCELLa to krakowska firma bioinformatyczna. Czym się Państwo zajmują?

– Nasza firma koncentruje się na rozwoju zaawansowanego oprogramowania wspierającego badania naukowe oraz procesy związane z wdrażaniem innowacyjnych terapii. Nasza działalność rozpoczęła się od wykorzystania sztucznej inteligencji (AI) w analizie obrazów mikroskopowych – stąd nazwa diCELLa, czyli digital image CELL analysis. Z czasem poszerzyliśmy ofertę, rozwijając kompleksową platformę do zarządzania danymi na wszystkich etapach cyklu życia produktu – od prac badawczo-rozwojowych, przez badania przedkliniczne i kliniczne, aż po proces rejestracji i komercjalizacji. Od ponad pięciu lat specjalizujemy się w tworzeniu oprogramowania dedykowanego badaniom klinicznym. Nasze rozwiązania wspierają instytucje z sektora life science i healthcare, umożliwiając efektywne gromadzenie, analizowanie i raportowanie danych zgodnie z regulacjami. Równolegle rozwijamy współpracę z uczelniami i instytutami naukowymi, realizując projekty badawcze w zakresie analizy obrazów biologicznych. Aktywnie współpracujemy z uczelniami wyższymi oraz instytutami naukowymi w zakresie analizy obrazów różnego pochodzenia – prowadzimy wspólne projekty badawcze i wdrożeniowe w obszarach typowo naukowych. Mówimy o sobie, że jesteśmy firmą bioinformatyczną, ponieważ działamy dokładnie na styku nauk biologicznych, medycyny i nowoczesnych technologii informatycznych.

– Jakie były początki firmy diCELLa?

– diCELLa powstała z pasji do nauki i chęci wykorzystania jej w praktyce. Skończyłam fizykę ze specjalizacją medyczną na Wydziale Fizyki Astronomii i Informatyki Stosowanej UJ. Kochałam fizykę i od zawsze interesowałam się obszarem nauk przyrodniczych, medycyną i praktycznym zastosowaniem badań naukowych. Podczas mojego pobytu na Uniwersytecie w Sztokholmie miałam możliwość pracy w interdyscyplinarnym zespole, co wskazało mi kierunki rozwoju na pograniczu fizyki, chemii i life science. Z kolei mój mąż, matematyk i informatyk, w ramach doktoratu oraz zawodowo zajmował się analizą obrazów. W ten sposób spotkały się realne wyzwania i know-how w zakresie matematyki i IT. Zaczęliśmy tworzyć interdyscyplinarne projekty na pograniczu life science i informatyki. Tak powstała diCELLa – firma łącząca świat nauki i nowych technologii, której misją jest dostarczanie innowacyjnych rozwiązań dla branży life science i badań klinicznych.

– Jaką rolę firmy takie jak diCELLa pełnią w rozwoju małopolskiej gospodarki?

– Z dumą i nieskromnie stwierdzę, że Małopolska to jeden z najdynamiczniej rozwijających się regionów w Polsce w zakresie nauk przyrodniczych, medycyny i biotechnologii. Jedną z inteligentnych specjalizacji Małopolski są właśnie Nauki o życiu, co sprzyja budowaniu dobrych warunków dla rozwoju firm z obszaru life science oraz innowacyjnych technologii medycznych. diCELLa jest jednym z licznych przykładów startupów, które powstały w Małopolsce i realnie skorzystały ze wsparcia regionalnych funduszy unijnych na początku swojej działalności. Należy zwrócić uwagę, że już w trakcie moich studiów w 2006 roku powstał Klaster Life Science, który do dziś skutecznie wspiera rozwój firm biotechnologicznych, startupów, instytucji badawczych i uczelni. Uważam, że jedną z głównych przewag regionu jest zaawansowane zaplecze innowacyjnej infrastruktury naukowo-badawczej, dostępnej nie tylko dla środowisk akademickich, ale również dla przemysłu. Nowoczesne laboratoria i centra badawcze są realnym wsparciem dla procesów innowacyjnych i transferu technologii. Warto podkreślić rolę takich instytucji jak Jagiellońskie Centrum Innowacji (JCI) oraz Małopolskie Centrum Biotechnologii, które oferują zarówno dostęp do specjalistycznej aparatury, jak i możliwości współpracy na poziomie projektów badawczo-wdrożeniowych oraz prowadzenia badań klinicznych. Wyjątkową infrastrukturą w skali Europy Środkowo-Wschodniej jest Centrum Promieniowania Synchrotronowego SOLARIS, które otwiera nowe perspektywy dla współpracy nauki z przemysłem. Małopolska jest również silnym

Dr Aleksandra Kubica-Misztal



FOT. DICELLA

ośrodkiem w zakresie prowadzenia badań klinicznych. W tym kontekście bardzo cieszę się wsparciem Agencji Badań Medycznych dla utworzenia Centrum Wsparcia Badań Klinicznych w Collegium Medicum UJ, które będzie stanowić istotne ogniwo w ekosystemie umożliwiającym przeprowadzenie badań klinicznych. Cieszy mnie również rosnąca liczba niekomercyjnych badań klinicznych w Małopolsce, co w perspektywie krótkoterminowej da pacjentom dostęp do innowacyjnych terapii, a w perspektywie długoterminowej zwiększy widoczność nauk medycznych na arenie międzynarodowej. W tym momencie region oferuje usługi w zakresie rozwoju leków – od etapu projektowania, przez prace B+R, po badania kliniczne, co znacząco podnosi atrakcyjność Małopolski dla partnerów zagranicznych. W Małopolsce działają liderzy rynku life science – jak Ryvu Therapeutics, Selvita czy Voxel, ale poza tym działa wiele mniejszych firm, które dopiero budują swoją pozycję na arenie międzynarodowej, jak np. diCELLa. Warto również wspomnieć o sukcesach w komercjalizacji wyników badań naukowych, takich jak iQure Pharma Inc. czy intoDNA. To przykłady udanego transferu technologii z uczelni do biznesu. Ze względu na mój sentyment do Centrów Transferu Technologii, gdzie zaczynałam swoją karierę zawodową, trzymam kciuki za kolejne udane komercjalizacje technologii opracowanych na małopolskich uczelniach. Uważam, że w ciągu ostatnich lat w Małopolsce wykonano ogromną pracę w zakresie budowy infrastruktury, gromadzenia know-how oraz wykwalifikowanych kadr. Dziś stoimy przed kolejnym ważnym etapem, jakim jest internacjonalizacja usług i technologii rozwijanych w regionie. Firmy takie jak diCELLa coraz czę-

ściej pokazują się na międzynarodowych targach i wydarzeniach branżowych, prezentując potencjał nie tylko własny, ale i całego ekosystemu life science, który tworzy się w Małopolsce. Z perspektywy firmy diCELLa Małopolska jest miejscem, gdzie można znaleźć wykwalifikowany personel i wsparcie merytoryczne. Dodatkowo wspomniany ekosystem, czyli m.in. Klaster Life Science i Krakowski Park Technologiczny wspierają integrację branży. Cieszy nas również otwartość na technologię diCELLa, ponieważ jesteśmy partnerem studiów podyplomowych na Uniwersytecie Andrzeja Frycza Modrzewskiego, gdzie studenci będą mieli możliwość praktycznego zastosowania wszystkich systemów IT wykorzystywanych w badaniach klinicznych. Powiem nieskromnie, że jest to jedyny kierunek w Polsce, gdzie studenci będą mieli tak szeroki dostęp do systemów IT.

– Jest Pani współzałożycielką i COO diCELLa. Jaka jest rola kobiet w biznesie?

– Dla mnie to przede wszystkim kwestia kompetencji i świadomego budowania ścieżki zawodowej. Niezależnie od płci kluczowe są umiejętności, konsekwencja oraz gotowość do działania i podejmowania odpowiedzialności. Z mojego doświadczenia wynika, że kobiety odgrywają bardzo istotną rolę zarówno w zarządzaniu firmami, jak i kształtowaniu lokalnej gospodarki, zwłaszcza w sektorze innowacji, biotechnologii i transferu technologii. W Małopolsce mamy wiele przykładów kobiet na kluczowych stanowiskach, szczególnie w Centrach Transferu Technologii, spółkach celowych uczelni czy instytucjach wspierających rozwój nauki i biznesu. Z mojej perspektywy temat obecności kobiet w biznesie nie wymaga już udowadniania. Jesteśmy obecne, widoczne i skuteczne. Teraz warto skupić się na dalszym wspieraniu rozwoju profesjonalnych kadr zarządzających niezależnie od płci, tak aby innowacyjne firmy, również te z sektora life science, mogły się rozwijać i konkurować na rynkach międzynarodowych.

– Zasiada Pani również w Małopolskiej Radzie Biznesu. W jaki sposób Rada wspiera lokalny biznes?

– Jestem na początku swojej drogi w Małopolskiej Radzie Biznesu. Dotychczas odbyły się zaledwie dwa spotkania, ale już teraz widzę ogromny potencjał tej inicjatywy. Głównym celem Rady jest wspieranie rozwoju małopolskiego biznesu – zarówno poprzez doradztwo strategiczne, jak i budowanie pomostów między sektorem publicznym, prywatnym oraz naukowym. Jednym z pierwszych tematów, którym się zajęliśmy, była internacjonalizacja firm z Małopolski oraz wsparcie w tym zakresie. Staramy się wypracować rekomendacje i schematy, w jaki sposób województwo może skutecznie wspierać przedsiębiorców w ekspansji na rynki zagraniczne. Dla wielu lokal-



FOT. MATERIAL PRASOWE DICELLA



FOT. MATERIAL PRASOWE DICELLA

Małopolska Rada Biznesu może odegrać ważną rolę w kształtowaniu świadomego, silnego i nowoczesnego ekosystemu biznesowego w regionie, opartego na współpracy

nych firm to kluczowy krok w dalszym rozwoju i przejściu z marki lokalnej na wyższy poziom. Z mojego punktu widzenia niezwykle ważne jest również dotarcie do najmłodszej grupy przedsiębiorców i start-upów, które często mają świetne pomysły, ale brakuje im wsparcia, sieci kontaktów czy wiedzy o dostępnych możliwościach. Za swój cel w pracy na rzecz Rady postawiłam sobie dotarcie właśnie do tej grupy przedsiębiorców. Podkreślam, że konieczne jest postawienie na nowoczesne podejście do komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i budowaniem przekazu, który będzie zrozumiały i atrakcyjny dla młodego pokolenia przedsiębiorców. Wierzę, że Małopolska Rada Biznesu może odegrać ważną rolę w kształtowaniu świadomego, silnego i nowoczesnego ekosystemu biznesowego w regionie, opartego na współpracy.

– Jak Pani widzi przyszłość małopolskiej gospodarki?

– Ze względu na swoją specjalizację wypowiem się w kwestii rozwoju rynku life science. Rozwój sektora widzę raczej w jasnych barwach. Region ma unikalne atuty, takie jak infrastruktura, wykwalifikowane kadry i know-how, które już dziś plasują Małopolskę w gronie europejskich hubów life science. Naturalnym kolejnym krokiem jest internacjonalizacja, czyli skuteczne wejście na rynki zagraniczne. To właśnie obecność globalnych partnerów i klientów pozwoli nie tylko skalować lokalne innowacje, ale również umocni pozycję Małopolski w kraju i w Europie. Równolegle ważne będzie dalsze wspieranie transferu technologii pomiędzy nauką a biznesem oraz konsekwentne budowanie marki regionu jako miejsca sprzyjającego rozwojowi nowoczesnych przedsiębiorstw.



FOT. MATERIAL PRASOWE DICELLA



Fundacja Horyzont360 – od edukacji po ekologię. Jak lokalne inicjatywy wspierają zrównoważony rozwój

Współczesny biznes coraz częściej dostrzega, że odpowiedzialność społeczna i troska o otoczenie nie są dodatkiem do działalności gospodarczej, lecz jej integralnym elementem. Doskonałym przykładem takiego podejścia jest Fundacja Horyzont360, którą powołał Andrzej Wiśniowski, właściciel firmy WIŚNIOWSKI. To dzięki współpracy z liderem polskiego przemysłu stolarki otworowej, fundacja z sukcesem od lat realizuje projekty edukacyjne, ekologiczne i społeczne

tekst dr Monika Bochenek, prezes Zarządu Fundacji Horyzont360

Od momentu powstania Fundacji Horyzont360 w 2016 roku jej misją stało się łączenie nowoczesnych technologii, edukacji i aktywności lokalnej społeczności w duchu zrównoważonego rozwoju. Tylko w latach 2016–2024 Fundacja zorganizowała 67 wydarzeń, w których wzięło udział ponad 35 tys. osób, a łączna liczba przeprowadzonych godzin warsztatów przekroczyła 1,6 tysiąca. To realny wkład w budowanie kapitału społecznego regionu i wzmacnianie poczucia wspólnoty.

Edukacja przyszłości

Jednym z kluczowych obszarów działania Fundacji Horyzont360 jest edukacja. To w tym celu wdrożony został program Naukowa Wioska, w ramach którego organizowane są inicjatywy odpowiadające na rosnące zapotrzebowanie na kompetencje w obszarze nauk ścisłych, technologii i innowacji.

► **Robochallenge** – to wydarzenie, podczas którego młodzi pasjonaci nowych technologii uczą się programowania, inżynierii i pracy zespołowej. Do dziś w zajęciach z tego cyklu uczestniczyło niemal 1,3 tysiąca osób.

► **Astro Noc** – warsztaty i pokazy związane z kosmosem i wszechświatem przyciągnęły już ponad tysiąc uczestników, inspirując dzieci i młodzież do odkrywania tajemnic kosmosu.

► **Warsztaty zimowe** – łączą całe rodziny, edukują oraz inspirują w jaki sposób tworzyć użytkowe dzieła sztuki z odpadów. Co roku bierze w nich udział ponad 700 osób.

W latach 2016–2024 Fundacja Horyzont360 przeprowadziła już ponad 1600 godzin zajęć i warsztatów, w których uczestniczyło ponad 4300 dzieci i młodzieży. Co istotne, w projekty edukacyjne zaangażowały się aż 172

placówki oświatowe z regionu, które otrzymały od Fundacji 129 bogatych zestawów pomocy dydaktycznych.

Ekologia i odpowiedzialność środowiskowa
Drugim filarem działań Fundacji Horyzont360 jest ochrona środowiska oraz edukacja ekologiczna. Tu na szczególną uwagę zasługuje akcja „#Sprzątamy dla Sądeczyny”, która stała się jednym z największych społecznych przedsięwzięć ekologicznych regionu.

Od 2019 roku w akcję zaangażowało się już ponad 34,5 tys. osób, które wspólnie sprzątały Sądeczynę. Dzięki temu realnie poprawiono stan środowiska naturalnego w regionie, a jednocześnie budowano świadomość ekologiczną mieszkańców.

Dodatkowo, Fundacja zorganizowała także szereg konferencji dotyczących ochrony środowiska i innowacji, w których uczestniczyło ponad 500 osób – samorządowców, naukowców i przedsiębiorców. Prowadzone konkursy ekologiczne, w których wzięło udział blisko 300 uczestników, promowały proekologiczne postawy wśród dzieci i młodzieży.

Kultura i lokalna integracja

Trzecim ważnym obszarem aktywności Fundacji są działania integrujące lokalną społeczność wokół wartości kultury i sportu. Największym przedsięwzięciem są Dni Jeziora Rożnowskiego, podczas których odbywają się regaty, rajdy, zawody sportowe, są koncerty i festiwale.

Od 2016 roku zorganizowano aż 37 wydarzeń w ramach tego cyklu, które zgromadziły ponad 10 tys. uczestników. To wyjątkowa przestrzeń spotkań mieszkańców, turystów i lokalnych przedsiębiorców, która promuje aktywność fizyczną i turystykę w subregionie sądeckim.

Společna odpowiedzialność i wolontariat

Sercem każdej inicjatywy jest wolontariat. W latach 2016–2023 w działania, o których mowa wcześniej, zaangażowało się 871 wolontariuszy, którzy wsparli organizację wydarzeń, akcje sprzątania oraz inicjatywy edukacyjne. Dzięki nim możliwe było nie tylko realizowanie ambitnych projektów, ale także budowanie postawy współodpowiedzialności i solidarności społecznej.

Fundacja Horyzont360 prowadzi również programy grantowe i regrantingowe. W ich ramach wsparcie otrzymały lokalne inicjatywy społeczne i edukacyjne, w których uczestniczyło 3800 osób. To przykład efektywnego wykorzystywania środków zewnętrznych i budowania lokalnej sieci współpracy.

Współpraca z biznesem – partnerstwo z firmą WIŚNIOWSKI

To, co wyróżnia działania Fundacji Horyzont360, to ścisła współpraca z firmą WIŚNIOWSKI. Partnerstwo to pokazuje, jak przedsiębiorstwo może wspierać rozwój regionu nie tylko poprzez miejsca pracy, ale również poprzez inwestycje w kapitał społeczny i środowisko. Dzięki tej współpracy stworzo-



no Fab Lab – kreatywną przestrzeń, w której dzieci, młodzież i dorośli mogą w sposób praktyczny nauczyć się np. szycić oraz programować.

Firma WIŚNIOWSKI, będąc jednym z największych pracodawców w regionie, doskonale rozumie, że rozwój lokalnej społeczności przekłada się na stabilność i perspektywę całej gospodarki. Dzięki temu wsparciu Fundacja mogła zorganizować setki godzin zajęć dla dzieci, zakupić pomoce dydaktyczne i przeprowadzić wydarzenia, które dziś są stałym elementem kalendarza kulturalnego i edukacyjnego Sądeczyny.

Perspektywy na przyszłość

Fundacja Horyzont360 nie zwalnia tempa. Jej plany na kolejne lata obejmują rozwój programów edukacyjnych w obszarze nowych technologii i ekologii, intensyfikację działań związanych z ochroną środowiska oraz poszerzanie oferty wydarzeń kulturalnych i integracyjnych.

Dzięki synergii z firmą WIŚNIOWSKI oraz wsparciu wolontariuszy i mieszkańców regionu, fundacja staje się jednym z najważniejszych motorów rozwoju społecznego w subregionie sądeckim.



34,5
Od 2019 roku
tyle
tysięcy osób
zaangażowało się
w akcję
#Sprzątamy
dla Sądeczyny.
Dzięki temu
realnie
poprawiono
stan środowiska
naturalnego
w regionie

Pierwsze spotkanie partnerów projektu odbyło się w Krakowie we wrześniu 2024 r.



Kreatywnie czyli lepiej. Ciąg dalszy poszukiwań europejskiej tożsamości

Ponad rok temu (sierpień 2024, nr 30 BiM) opisywaliśmy początek projektu Cultural and Creative Sectors and Industries for Collaboration, Competitiveness, Sustainability and Innovation (interregurope.eu/ccsi4ccsi), realizowanego wspólnie przez instytucje z Grecji, Danii, Belgii, Chorwacji i Polski. Prace trwają, sporo się już zdarzyło. Chcemy się tym z Państwem podzielić

tekst Jacek Adamczyk, Departament Współpracy Regionalnej, MARR SA

Pojęcie „przemysł kreatywny” czy „ekonomia kreatywna” znajduje dużo definicji. Do sektorów kreatywnych zalicza się „te rodzaje działalności, które mają korzenie w kreatywności, umiejętnościach i talencie człowieka, a także te które mają potencjał do pomnażania bogactwa i tworzenia nowych miejsc pracy poprzez generowanie i wykorzystywanie własności intelektualnej.”

Słowo wstępne, czyli problem z definicją

World Intellectual Property Organisation określa sektor kreatywny jako wszystkie przemysły, których działalność uwzględnia twórczość, produkcję, wytwarzanie, prezentację, nadawanie, wystawiennictwo, dystrybucję i sprzedaż dóbr chronionych prawami autorskimi. „Połączenie kreatywności z przedsiębiorczością, czyli umiejętnością przełożenia wypracowanego pomysłu na konkretne działanie przynoszące korzyści, stanowi bazę dla zaistnienia przemysłu kreatywnego”.

Na konferencji UNESCO w Montrealu (1982 r.) zaproponowana została definicja w brzmieniu: „Jest to działalność w zakresie produkcji, reprodukcji, magazynowania i dystrybucji na dużą skalę dóbr i usług kultury”. Klasyfikacja sektorów kreatywnych wg UNCTAD (Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju) to:

- **usługi kreatywne** (architektura, reklama, usługi kulturalne, kreatywne B+B, rekreacje);
- **nowe media** (oprogramowanie komputerowe, gry wideo, cyfrowa zawartość kreatywna);
- **wzornictwo** (wewnętrzne, grafika, moda, biżuteria, zabawki);
- **wydawnictwa i media drukowane** (książki, prasa i inne publikacje);
- **media audiowizualne** (film, telewizja, radio, inne nadawanie);
- **sztuka wizualna** (obrazy, rzeźby, fotografie, antyki);

- **sztuka performatywna** (muzyka na żywo, teatr, taniec, opera, cyrk itp.);
- **stanowiska kulturalne** (archeologiczne, muzea, galerie, wystawy, biblioteki);
- **tradycyjne, kulturalne wyrażanie** (sztuka i rękodzieło, festiwale i obchody).

Według decydującej, w tym wypadku, opinii z Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego (30.05.2018) z ustanawiającego program „Kreatywna Europa 2021-2027” „*Kultura, dziedzictwo kulturowe i różnorodność kulturowa mają wielką wartość dla europejskiego społeczeństwa z perspektywy kulturowej, środowiskowej, społecznej i gospodarczej, w związku z czym powinny być promowane i wspierane. W deklaracji rzymskiej [...] a także na posiedzeniu Rady Europejskiej [...] stwierdzono, że edukacja i kultura są kluczem do budowania integracyjnych i spójnych społeczeństw dla wszystkich i do utrzymania konkurencyjności Europy [...]*”. To, że dokument wspomina o zagrożeniu jakim jest „*rosnąca dominacja i obieg dzieł z państw trzecich, zwłaszcza USA [...]*” należy uznać za prorocze.

Dla urozmaicenia dodam, że sektor kreatywny, w niektórych opracowaniach, nazywany jest ekonomią „pomarańczową”. Zainteresowanie nadawaniem zdarzeniom barw może mieć jednak różne przyczyny. Branża ma także swoje zagrożenia. Autor „*Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*” Richard Caves wymienia kilka zabawnych właściwości i zasad, które cechują przemysł kreatywny: niewiedza (nie można przewidzieć popytu), sztuka dla sztuki (pracownicy sektora kreatywnego są skłonni pracować za mniejsze wynagrodzenie), „wielobarwne ekipy” (w projektach sektora wymagana jest duża ilość czynników produkcji), nieskończona różnorodność (produkt przemysłów kreatywnych dają nieskończone możliwości kombinacji) itp.

Jeśli ktoś z Państwa należy do wspomnianej grupy zawodowej lub dostrzeżęga w sobie cechy świadczące o niewiedzy, działaniu za niższe wynagrodzenie oraz tęskni za nieskończonością (*ars longa, vita brevis*) to znaczy, że bardzo zbliżył się do definicji postaci kreatywnej. I powinien zainteresować się naszym projektem CCSI4CCSI.

Zaczęliśmy w Krakowie, wyzwanie zostało podjęte

Pierwsze spotkanie Partnerów Projektu odbyło się w Krakowie 16-19 września 2024 r. Przed organizatorami, czyli MARR SA, stało trudne zadanie: stworzenie dobrej atmosfery wśród uczestników, którzy mieli pierwszą okazję by się lepiej poznać, prezentację małopolskiego potencjału kreatywnego w oparciu o stworzoną Lokalną Grupę Interesariuszy oraz wypełnienie zadań, wynikających z metodologii projektu.

W Muzeum Lotnictwa zaprezentowali się przedstawiciele instytucji z krajów uczestniczących w projekcie, menadżerowie małopolskich organizacji i firm zaangażowanych we współpracę przy projekcie, którzy zdecydowali się opowiedzieć o swoich „studiach przypadku” - Polish Heritage Foundation, Krakowskie Biuro Festiwalowe i Regionalna Strategia Innowacji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Na wizytę studyjną wybraliśmy zaproszenie do Krakowskiego Parku Technologicznego, by lepiej poznać historię sektora gier komputerowych, wsparcia dla startupów i branży IT w Małopolsce.

Kolejny dzień, w salach Apteki Designu, to prace warsztatowe, dyskusje i docieranie pojęć wskazanych jako metodologia realizacji projektu. Pierwszym krokiem, który przypała MARR SA, było przygotowanie zasad badania potrzeb sektora kreatywnego. Była to przede wszystkim próba wspólnej pracy, zorientowania się czy wszyscy mówimy o tym samym (porównaj powyższe definicje)

Prezentacja Instytutu Łukasiewicza w Salonikach, lipiec 2025 r.



i na co możemy liczyć, poruszając się w dość odmiennych środowiskach, dysponując zasadniczą różnicą doświadczeń. Mogliśmy zdać sobie sprawę jak bardzo poruszanie się w obszarze o zasadniczo nieostrych granicach, może prowadzić do... zdziwienia wraz z pytaniem: czy kreatywność jest zastrzeżona dla pewnej grupy zawodowej czy być może jest pewną cechą aktywności, którą każdy z nas może generować, posługiwać się i nie narażać na przykre konsekwencje w postaci artystycznych frustracji i twórczych załamani.

Podróżujemy do Danii

W marcu 2025 r. udaliśmy się do Kolding w Danii. W naszej grupie znalazła się przedstawicielka zespołu Regionalnej Strategii Innowacji UMWM oraz ekspert Małopolskiego Instytutu Kultury. Wsparcie z ich strony było o tyle ważne, że mieliśmy omawiać przypadki cyfryzacji i „zielonych technologii” w sektorze przemysłu kreatywnego, a zarówno RSI jak i MIK mają spore doświadczenie w realizacji przedsięwzięć z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informatycznych.

Wyjazd do Danii stał się o tyle ciekawy, że jak do tej pory Królestwo ze stolicą w Kopenhadze kojarzyło nam się ze spokojem, równowagą, dobrobytem i istnieniem poza wielkoświatowymi konfliktami. A tymczasem, w ten zakątek porządku i harmonii trafił wzrok globalnego hegemonu, który postanowił zabrać Danii wyspę. I nagle o Danii stało się głośno, niektórzy nawet dowiedzieli się jak nazywa się stolica tej zielonej wyspy. Cóż, uspokajamy: na ulicach portowego Kolding panuje ład i porządek, mieszkańcy często się uśmiechają i nie stronią od spotkań w dobrym towarzystwie.

Kolding jest z jednej strony bardzo typowe (architektura w skali jak najbardziej „ludzkiej”, czyste ulice, uprzejmi ludzie i wyludnione centrum miasta w godzinach wieczornych) oraz niezwykle: nasi gospodarze z Business Kolding pokazali nam kilkanaście instytucji – od koordynacji planów rozwoju i współpracy międzynarodowej, poprzez szkoły wyższe, warsztaty, placówki edukacji kulturalnej, aż po przedsiębiorstwa z dziedziny nowych technologii, designu, badań i rozwoju. Jak na 60-70 tysięczne miasto to zaskakująca strategia inwestowania w tego typu edukację i powiązane z nią branże gospodarki.

Kolejne warsztaty, tym razem poświęcone doświadczeniom z digitalizacją obiektów kultury oraz wykorzystaniem IT w środowisku zdefiniowanych sektorów kreatywnych. Nasi Duńscy partnerzy zostali wyznaczeni do przeprowadzenia analizy ewentualnych szans i zagrożeń wynikających z procesów posługiwania się narzędziami cyfrowymi oraz elementami dotyczącymi ochrony środowiska, także w kontekście programu i wy magań ESG.

Podróżujemy do Grecji... w lipcu

Trudno w tej chwili wskazać kto wpadł na pomysł by kolejne spotkanie PP odbyło się w Salonikach w lipcu. Nie odstępowała nas dobra pogoda – 36-38 stopni Celsjusza w cieniu miało niewątpliwie wpływ na sposób myślenia. Tym razem naszymi gośćmi byli przedstawiciel Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, prezentujący Małopolską Platformę Specjalizacji oraz ekspertka Sieci Badawczej Łukasiewicz – Krakowskiego Instytutu Technologicznego, omawiająca zasady współpracy z twórcami szklanych dzieł sztuki. Greckie warsztaty poświęcone były analizie trendów dominujących w sektorze i/lub przemyśle kreatywnym oraz wskazanie jak powinny wyglądać struktury współpracy pomiędzy instytucjami z tego sektora. Temat wydawał się

oczywisty; wskazano dominujące trendy: współpraca między instytucjami i na płaszczyźnie międzynarodowej, cyfryzacja oraz trwałość sektora kreatywnego. Te, tak wydawałoby się oczywiste wskazania, spotkały się jednak z krytyką i... konstruktywnym rozwinieciem. Wydaje się, że próba autorytatywnego narzucenia rozwiązań wśród uczestników reprezentujących „kreatywne” podejście do stawianych pytań, nie zawsze prowadzi do oczekiwanej akceptacji.

Ambitni gospodarze nie omieszkali pokazać nam atrakcji portowej aglomeracji – muzeum kina, trasy zabytków, muzeum sztuki współczesnej oraz inicjatyw łączących klasykę designu z działaniami rynkowymi i promocyjnymi. Banalnym jest stwierdzenie, że kuchnia grecka jest bogata, zaskakująca i warta wnikliwego badania.

Co wiemy, czego chcemy się nauczyć

W trakcie dotychczasowych spotkań, zarówno tych międzynarodowych, jak i lokalnych (w Krakowie 27.02.2025 r.) powstały pierwsze opracowania zmierzające do dobrej analizy zjawiska jakim jest „ekonomia kreatywna”. Chodzi o dobrą identyfikację organizacji, instytucji i przedsiębiorstw, w których element kulturowy, twórczy, ale także ekonomiczny i rozwojowy ma swoje decydujące znaczenie. Kolejny krok to lista potrzeb i oczekiwań potrzebnych do wzrostu siły i znaczenia „kreatywności” zarówno w odbiorze społecznym, jak i w wykorzystaniu tego dorobku w tradycyjnych branżach przemysłu, usług czy handlu. Kiedy już to uda się zrobić, będziemy mogli zastanowić się nad „narzędziami”: wykorzystaniem nowych technologii, dbałością o środowisko i wzrostem znaczenia czynnika twórczego w szeroko rozumianym procesie cywilizacyjnym. Europa ma tu sporo do powiedzenia. Zwłaszcza teraz.

Wszystkich zainteresowanych tematyką projektu

CCSI4CCSI zapraszamy do kontaktu:

⇒ **Jacek Adamczyk** (DWR MARR SA):

jacek.adamczyk@marr.pl

⇒ **Anna Zych** (DWR MARR SA)

anna.zych@marr.pl

Co-funded by the European Union

CCSI4CCSI

CCSI4CCSI facilitates the development, transformation and innovation of Cultural and Creative Industries through regional and interregional synergies.

An interregional cooperation project for improving Skills for S3 and industrial transition policies

Project Partners

Region of Central Macedonia (EL)
Business and Cultural Development Centre (EL)
Business Kolding (DK)
City of Koprivnica (HR)
City of Kortrijk (BE)
Design Region Kortrijk (BE)
Enter Koprivnica (HR)
Małopolska Regional Development Agency (PL)

www.interregurope.eu/ccsi4ccsi



Kosmos bliżej biznesu. KPT o rosnącej roli sektora kosmicznego

Jeszcze kilkanaście lat temu technologie kosmiczne kojarzyły się głównie z misjami NASA czy filmami science fiction. Dziś stają się fundamentem nowych modeli biznesowych i innowacji w gospodarce. Od danych satelitarnych wspierających rolnictwo precyzyjne, przez zaawansowane materiały wykorzystywane w medycynie i przemyśle, aż po miniaturyzację sensorów, sektor kosmiczny coraz wyraźniej przenika do codziennego życia

tekst Michalina Jodłowska

Krakowski Park Technologiczny (KPT) aktywnie wspiera ten proces. O tym, dlaczego kosmos to strategiczny kierunek rozwoju i jakie inicjatywy realizowane są w Małopolsce, opowiada **Jarosław Chojnacki, ESA Technology Broker w Krakowskim Parku Technologicznym**.

– Jakie miejsce sektor kosmiczny zajmuje dziś w gospodarce? Czy dla Krakowskiego Parku Technologicznego jest on strategicznym obszarem innowacji?

– Sektor kosmiczny należy do jednej z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki i coraz częściej wykracza poza obszary tradycyjnie z nim kojarzone, takie jak eksploracja przestrzeni czy telekomunikacja satelitarna. Technologie i dane powstające w ramach projektów kosmicznych stają się podstawą nowych modeli biznesowych w energetyce, logistyce, transporcie, rolnictwie precyzyjnym czy ochronie środowiska. Przykładowo, obserwacje satelitarne wspierają planowanie upraw i monitorowanie zmian klimatycznych, a rozwiązania z zakresu komunikacji kosmicznej poprawiają bezpieczeństwo transportu i przepływ informacji w skali globalnej. Dla Krakowskiego Parku Technologicznego sektor kosmiczny to strategiczny obszar innowacji, ściśle związany z misją wspierania firm deeptechowych oraz transferu technologii do przemysłu. Wpisuje się on również w regionalne inteligentne specjalizacje, budując przewagi konkurencyjne Małopolski na tle innych ośrodków w kraju i Europie. Naszym celem jest stworzenie silnego hubu kosmicznego, który połączy przedsiębiorców, start-upy, środowiska akademickie i instytucje badawcze. Chcemy, aby KPT było miejscem, w którym biznes kosmiczny, zarówno polski, jak i międzynarodowy, zyskuje warunki do szybszego rozwoju, komercjalizacji innowacji i ekspansji globalnej.

– W jaki sposób technologie kosmiczne przekładają się na inne sektory gospodarki?

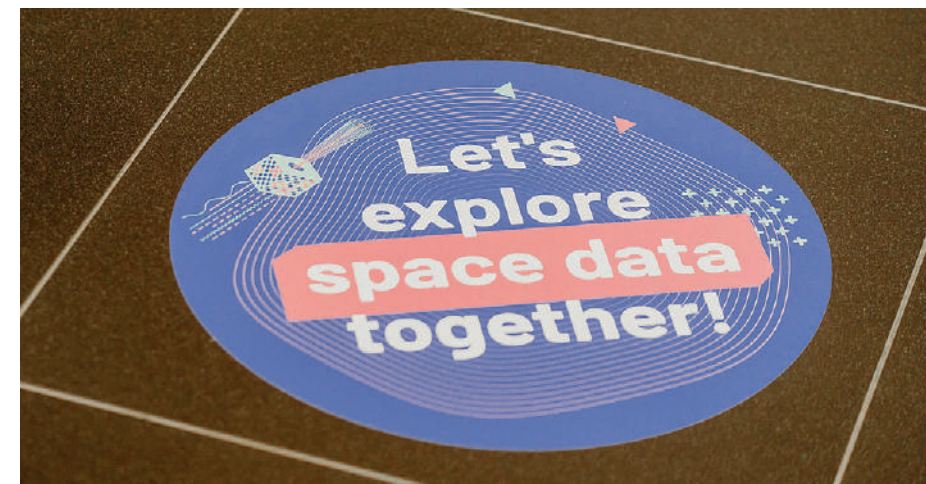
– Technologie kosmiczne są jednym z najważniejszych motorów innowacji we współczesnej gospodarce, ponieważ ich rozwój wymaga tworzenia rozwiązań wykraczających poza standardowe ramy techniczne. Miniaturyzacja sensorów, opracowanie materiałów o niezwykłej odporności czy rozwój systemów łączności i cyberbezpieczeństwa, powstałe na potrzeby misji kosmicznych, znajdują dziś szerokie zastosowanie w przemyśle lotniczym, medycznym, motoryzacyjnym czy energetycznym. Przykładowo, dane satelitarne służą nie tylko do monitorowania upraw i planowania rolnictwa precyzyjnego, lecz także do oceny stanu środowiska, prognozowania zjawisk pogodowych czy monitorowania klęsk żywiołowych. Komunikacja satelitarna z kolei podnosi poziom bezpieczeństwa w transporcie morskim i lotniczym, wspierając także rozwój inteligentnych systemów zarządzania ruchem. Nie mniej istotne są technologie materiałowe, opracowane z myślą o ekstremalnych warunkach panujących w przestrzeni kosmicznej. Znajdują one zastosowanie w medycynie – na przykład w implantologii czy nowoczesnych metodach diagnostycznych – a także w przemyśle chemicznym, energetycznym i ochronie środowiska. W codziennym życiu korzystamy z rozwiązań, których geneza tkwi w programach kosmicznych, takich jak systemy GPS, filtry do wody czy żywność liofilizowana. W efekcie technologie kosmiczne stają się niewidoczną, lecz kluczową infrastrukturą wspierającą funkcjonowanie nowoczesnych gospodarek i społeczeństw. Bez nich trudno wyobrazić sobie zarówno globalną komunikację, jak i rozwój przemysłów opartych na danych czy tworzenie nowej generacji produktów codziennego użytku.

– Jakie inicjatywy realizuje KPT w obszarze kosmicznym?

– Krakowski Park Technologiczny realizuje szereg inicjatyw, które budują i wzmacniają kompetencje regionalnego ekosystemu kosmicznego. Jednym z kluczowych projektów jest **ESA Technology Broker Poland** – flagowy program Europejskiej Agencji Kosmicznej wspierający transfer technologii kosmicznych do przemysłu oraz identyfikujący rozwiązania przemysłowe, które mogą znaleźć zastosowanie w kosmosie. Dzięki sieci Brokerów ESA w całej Europie przedsiębiorcy uzyskują dostęp do innowacyjnych technologii i wsparcie w ich praktycznym wykorzystaniu. Drugim filarem jest **ESA Spark Funding**, instrument finansowego wsparcia, który umożliwia firmom – zarówno kosmicznym, jak i spoza tego sektora – pozyskanie do 75 tys. euro na opracowanie prototypu w oparciu o technologie kosmiczne. Program pozwala przetestować rozwiązania w warunkach rynkowych i przygotować je do komercjalizacji. Kolejną inicjatywą jest **Hackathon Cassini** – międzynarodowe wydarzenie organizowane w wielu krajach Europy, którego celem jest angażowanie innowatorów w rozwój aplikacji i usług bazujących na danych satelitarnych oraz technologiach kosmicznych. Uczestnicy – programiści, start-upy, naukowcy i przedsiębiorcy – w krótkim czasie pracują nad prototypami rozwiązań odpowiadających na realne wyzwania społeczne i gospodarcze. Wydarzenie to daje możliwość nie tylko sprawdzenia własnych pomysłów, ale także nawiązywania kontaktów z partnerami biznesowymi i inwestorami. Najbliższy CASSINI Hackathon odbędzie się już w listopadzie! Zachęcam do udziału



Jarosław Chojnacki, ESA Technology Broker, SpaceUp



Dla Krakowskiego Parku Technologicznego sektor kosmiczny to strategiczny obszar innowacji, ściśle związany z misją wspierania firm deeptechowych oraz transferu technologii do przemysłu

(<https://www.cassini.eu/hackathons/poland>). Do obszaru działań KPT należy również **hub4industry**, czyli przestrzeń demonstracyjna i laboratoria Przemysłu 4.0, w której można testować innowacyjne rozwiązania przemysłowe, w tym technologie inspirowane sektorem kosmicznym. Ważnym punktem w kalendarzu jest także konferencja **Space Connect Summit**, gromadząca przedstawicieli biznesu, nauki, inwestorów i startupów skoncentrowanych wokół deeptech i kosmosu (najbliższa edycja odbędzie się 20 października – spaceconnectsummit.pl). KPT jest ponadto aktywnym członkiem **Małopolskiej Rady ds. Sektora Kosmicznego oraz Stowarzyszenia NEREUS**, co otwiera drogę do współpracy w międzynarodowych sieciach, wymiany doświadczeń i promocji Małopolski jako regionu rozwijającego technologie kosmiczne. Wszystkie te inicjatywy – od hackathonów, przez programy wsparcia, aż po międzynarodowe konferencje – łączą się we wspólną misję tworzenia ekosystemu innowatorów, firm i instytucji, które razem budują silną pozycję sektora kosmicznego w regionie.

– W jaki sposób KPT wspiera start-upy i młode firmy?

– Krakowski Park Technologiczny od lat prowadzi inkubator technologiczny, w którym młode firmy mogą rozwijać swoje pomysły w sprzyjających warunkach, korzystając z przestrzeni biurowej na preferencyjnych zasadach oraz ze wsparcia merytorycznego. Oferujemy doradztwo w zakresie pozyskiwania finansowania, współpracy z ośrodkami naukowymi i przemysłem, a także w dostępie do krajowych i europejskich programów rozwojowych. Szczegółne miejsce w naszym ekosystemie zajmują start-upy deeptechowe i kosmiczne. Z myślą o nich przygotowujemy program inkubacji, który obejmie kompletną ścieżkę rozwoju – od weryfikacji pomysłu i budowy prototypu, aż po komercjalizację i ekspansję globalną.

– Dlaczego warto dziś w Polsce inwestować w technologie kosmiczne?

– Jest to jeden z najbardziej perspektywicznych i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki. Polska, odkąd w 2012 roku przystąpiła do Europejskiej Agencji Kosmicznej, zbudowała dynamicznie rosnący ekosystem firm, instytucji badawczych i startupów działających w tym obszarze. Technologie kosmiczne mają ogromny potencjał zastosowań na Ziemi. To sprawia, że inwestycje w ten sektor nie ograniczają się wyłącznie do projektów orbitalnych, lecz otwierają drogę do komercjalizacji rozwiązań o szerokim zastosowaniu w wielu branżach. Dodatkowym atutem jest rosnące zainteresowanie inwestorów venture capital oraz funduszy specjalizujących się w DeepTech i SpaceTech. Dostrzegają oni w technologiach kosmicznych zarówno potencjał długofalowych innowacji, jak i możliwość szybszych wdrożeń w sektorach pozakosmicznych. Dzięki temu obszar ten staje się atrakcyjny zarówno dla startupów stawiających pierwsze kroki, jak i dla dojrzałych firm, które poszukują nowych źródeł przewagi konkurencyjnej.



Opisując dostępne tereny, należy uwzględnić parametry techniczne, przeznaczenie w planach miejscowych, warunki zbycia i dostęp do mediów

Jak gminy w Małopolsce budują przewagę – Standard Obsługi Inwestora w praktyce

Dobrze przemyślana i konsekwentnie realizowana polityka proinwestycyjna to dziś jeden z fundamentów rozwoju każdej gminy. Nie chodzi tu tylko o wpływy do budżetu – chociaż i te są ważne – ale przede wszystkim o długofalowe korzyści społeczne i gospodarcze. Nowi inwestorzy oznaczają miejsca pracy, lepszą infrastrukturę, podniesienie jakości życia mieszkańców oraz wzmocnienie pozycji konkurencyjnej samorządu

tekst Jarosław Komorniczak, specjalista ds. współpracy z JST, KPT

W czasach, gdy konkurencja o inwestora jest coraz ostrzejsza, również na poziomie lokalnym, samorządy muszą działać jak dobrze przygotowane przedsiębiorstwa – aktywnie tworzyć swoją ofertę, umiejętnie ją prezentować i zapewniać profesjonalne, partnerskie podejście do biznesu.

Standard Obsługi Inwestora – zestaw praktyk, które działają

Aby sprostać tym wyzwaniom, powstał Standard Obsługi Inwestora – zestaw sprawdzonych praktyk, procedur i narzędzi, który krok po kroku pokazuje, jak zorganizować współpracę z inwestorem.

Opracował go zespół ds. współpracy z jednostkami samorządu terytorialnego w Krakowskim Parku Technologicznym. To efekt wieloletniej pracy w terenie, spotkań z przedsiębiorcami i analizowania, co działa w praktyce. Standard można wdrażać etapami, w zależności od potencjału i zasobów gminy, tak aby nawet najmniejsze jednostki mogły podnosić jakość obsługi.

Cel jest jasny: ujednolicenie wysokiego poziomu usług we wszystkich gminach, tak aby inwestor mógł liczyć na podobne standardy bez względu na lokalizację.

Model elastyczny, a jednak spójny

Standard nie jest sztywnym regulaminem. Ma modułową konstrukcję – każda gmina może zacząć od wybranych elementów, by rozwijać je w ramach strategii długofalowej. Cel jest jednak wspólny: zapewnienie każdemu inwestorowi – bez względu na to, gdzie inwestuje – takiego samego poziomu komunikacji, procedur i współpracy.

Szerokie rozumienie pojęcia inwestora jest tu kluczowe. To nie tylko duże, zewnętrzne firmy. Inwestorem jest każdy przedsiębiorca – od lokalnego

usługodawcy po międzynarodowego producenta – który prowadzi działalność gospodarczą lub planuje ją uruchomić w danym miejscu. Dlatego wszystkie podmioty, niezależnie od branży, wielkości czy formy prawnej, powinny mieć zapewnione równe traktowanie i dostęp do informacji oraz wsparcia.

Cztery filary skutecznej obsługi inwestora

Model opiera się na czterech kluczowych obszarach tematycznych. Każdy z nich zawiera konkretne komponenty, których wdrożenie przekłada się na lepszą obsługę inwestorów i skuteczniejszą współpracę samorządów z biznesem.

1. Funkcjonowanie urzędu gminy w obszarze obsługi inwestora

Pierwszym krokiem jest uporządkowanie wewnętrznej organizacji urzędu. Bez tego nawet najlepsze działania promocyjne czy inwestycyjne mogą nie przynieść oczekiwanych rezultatów. Oto kilka podpowiedzi, jak taką pracę zorganizować:

► **wyznaczenie osoby lub zespołu odpowiedzialnego** za kontakt z inwestorem – to punkt obowiązkowy. Dzięki temu przedsiębiorca wie, do kogo się zwrócić, a stały opiekun inwestora może lepiej poznać specyfikę projektu i skuteczniej reagować na potrzeby biznesu.

► **odpowiednie miejsce w strukturze urzędu** – jeśli komórka obsługująca inwestorów ma łatwy dostęp do decydentów, proces podejmowania decyzji przyspiesza, bariery formalne maleją, a prestiż i skuteczność pracy zespołu wzrasta.

► **jasne procedury komunikacji**, określone terminy odpowiedzi i ustalone kanały kontaktu sprawiają, że inwestor czuje się pewnie i bezpiecznie. Wprowadzenie standardu np. odpowiedzi w ciągu 24 godzin daje przewagę konkurencyjną gminie, która pokazuje, że potrafi działać szybko i profesjonalnie. Nawet jeśli w ustalonym terminie gmina nie jest w stanie zebrać niezbędnych informacji, powinna skontaktować się z inwestorem i ustalić datę ich dostarczenia.

► **zaplecze techniczno-organizacyjne** – komfortowe miejsce do spotkań, dostęp do transportu i nowoczesnych narzędzi komunikacji pozwalają szybko reagować na potrzeby inwestora, zwiększają wiarygodność gminy w oczach biznesu. Powinny być priorytetowo dostępne dla pracownika, lub zespołu zajmującego się tymi zagadnieniami.

Dlaczego to jest ważne?

Pierwszy kontakt inwestora z urzędem często decyduje o jego dalszej decyzji. Jeśli proces jest klarowny i spraw-

ny, rosną szanse, że gmina zostanie wybrana jako miejsce inwestycji.

2. Przygotowanie oferty inwestycyjnej i postępowanie z nowymi inwestycjami

Kiedy urząd jest gotowy organizacyjnie, czas na stworzenie oferty, która pokaże potencjał gminy.

Pierwsze działania powinny koncentrować się wokół analizy własnego potencjału i inwentaryzacji zasobów w celu przygotowania oferty inwestycyjnej gminy. Taka oferta to pierwszy dokument, który widzi potencjalny inwestor. Musi być kompletna, aktualna i atrakcyjnie podana.

► **analiza potencjału inwestycyjnego** – regularne sprawdzanie zasobów, infrastruktury, położenia i kapitału ludzkiego pozwala na szybkie dostosowanie oferty do oczekiwań rynku.

► **charakterystyka gminy** – zwięzłe, ale treściwe przedstawienie danych demograficznych, gospodarczych i infrastrukturalnych z naciskiem na atuty lokalizacji. Informacje muszą być podane w formie przyjaznej i zrozumiałej dla biznesu. Opisy związane z historią gminy, jej walorami turystycznymi czy zabytkami powinny być dodatkiem do danych gospodarczych.

► **oferta lokalizacyjna** – dokładny opis terenów inwestycyjnych, ich przeznaczenia w planach miejscowych, dostępu do mediów i warunków sprzedaży. Warto w tym zakresie stosować gotowe szablony przygotowane przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu (PAIH), które uwzględniają wszystkie kluczowe dla inwestorów informacje.

► **generator ofert PAIH** – bezpłatne narzędzie, które umożliwia prezentację ofert w ogólnopolskiej bazie. Aktualne, sprawdzone dane budują wiarygodność. Baza pozwala przeglądać oferty w podziale na województwa, a także porównywać poszczególne oferty między sobą. Szczegółowość wymaganych do wprowadzenia oferty danych, a także wymóg ich okresowej aktualizacji gwarantuje użytkownikom rzetelność i aktualność publikowanych ofert.

► **procedura postępowania z nowym inwestorem** – schemat działań od pierwszego kontaktu po wizytę lokalizacyjną gwarantuje spójność obsługi.

► **rozwój oferty** – ciągłe poszerzanie bazy terenów inwestycyjnych i poszukiwanie nowych lokalizacji to inwestycja w przyszłość.

Dlaczego to jest ważne?

Oferta inwestycyjna jest jak CV gminy – od jej jakości zależy, czy inwestor zechce przejść do kolejnego etapu rozmów. Brak danych lub ich niespójność może zniechęcić jeszcze przed pierwszym spotkaniem.

3. Opieka poinwestycyjna – budowanie relacji na lata

Obsługa inwestora nie kończy się w momencie podpisania umowy. Utrzymanie kontaktu i reagowanie na potrzeby przedsiębiorcy to inwestycja w przyszłe projekty i reinwestycje. Dlatego właśnie kolejnym ważnym elementem jest opieka poinwestycyjna i systemowa współpraca z przedsiębiorcami. Stały kontakt z firmami, które już ulokowały się w gminie, pomaga reagować na ich potrzeby i zapobiega problemom. Spotkania, konsultacje i wspólne inicjatywy budują zaufanie i sprzyjają dalszym inwestycjom. Ważna zatem jest:

► **współpraca z otoczeniem instytucjonalnym** – łączenie inwestorów z instytucjami otoczenia biznesu, dostawcami mediów i uczelniami wyższymi sprzyja realizacji kolejnych przedsięwzięć. To także szansa na rozwój innowacyjnych projektów i programów szkoleniowych.

► **współpraca pomiędzy samorządami** – pozwala lepiej wykorzystać zasoby regionu, tworzyć wspólne strefy inwestycyjne i skuteczniej konkurować o inwestycje na poziomie krajowym i międzynarodowym.

Dlaczego to ważne?

Inwestor, który czuje, że gmina wspiera go również po rozpoczęciu działalności, chętniej zostaje na dłużej, rozbudowuje zakład czy rekomenduje lokalizację swoim partnerom.

24

Tyle gmin bierze udział w projekcie „Standardy Obsługi Inwestora w Małopolsce 2.0”



Promocja gospodarcza gminy jest ważnym zagadnieniem z punktu widzenia całościowej promocji gminy

Wydzielone, dobrze wyposażone miejsce do spotkań, dostęp do środków transportu i nowoczesnych narzędzi komunikacji, to elementy, które zwiększają wiarygodność gminy w oczach inwestorów



FOT. MALGORZATA REGULSKA

4. Promocja gospodarcza – gmina w roli ambasadora swoich atutów

Promowanie gminy w kontekście gospodarczym to nic innego jak sprzedaż – czasem nieruchomości, a czasem samej idei: „Tu warto prowadzić biznes”. Dlatego warto pamiętać:

► **strona internetowa gminy** – powinna być aktualna, przejrzysta, dwujęzyczna i z wyodrębnioną sekcją przeznaczoną dla inwestorów. To często pierwszy punkt kontaktu z gminą. Portal najlepiej tworzyć przy wsparciu specjalistów, ale za jego zawartość i aktualność zawsze odpowiada wyznaczony pracownik urzędu lub zespół o odpowiednich kwalifikacjach.

► **media społecznościowe** – są szybkim kanałem komunikacji o ofercie i sukcesach gminy. Niezwykle ważne jest ich aktywne i regularne prowadzenie, przyzwyczajanie użytkowników do stałych treści. Wymaga to na pewno większego zaangażowania niż prowadzenie strony internetowej. Warto przemyśleć dobór kanałów komunikacji do charakteru danej gminy i dostosowywać ich treści do jej specyfiki.

► **materiały informacyjne i promocyjne** – profesjonalne broszury, filmy promocyjne i prezentacje multimedialne stanowią niezbędne wsparcie w rozmowach z inwestorami i podczas targów branżowych. Treści prezentowane w materiałach powinny koncentrować się wokół istotnych dla inwestorów informacji.

► **strategia promocji gminy** – opracowanie spójnego planu działań promocyjnych, obejmującego wydarzenia, kampanie reklamowe i współpracę z mediami branżowymi pomoże zbudować wizerunek gminy jako miejsca otwartego na biznes. Strategia może też być pomocna w utrzymaniu długofalowych działań w obszarze promocji gospodarczej.

Małopolski kontekst – Standardy Obsługi Inwestora 2.0

W Małopolsce wdrażanie Standardu nabiera szczególnego znaczenia dzięki projektowi „Standardy Obsługi Inwestora w Małopolsce 2.0”, realizowanemu przez Krakowski Park Technologiczny, Bank Gospodarstwa Krajowego i Województwo Małopolskie.

Celem projektu jest podnoszenie kompetencji pracowników samorządowych, promowanie regionu jako przy-

jaznego dla inwestorów oraz wspieranie lokalnej przedsiębiorczości.

W projekcie uczestniczą 24 gminy z całego województwa, które biorą udział w szkoleniach, wizytach studyjnych i wydarzeniach promocyjnych. Efektem ma być nie tylko lepsza obsługa inwestorów, ale także silniejsze powiązanie działań gmin, instytucji otoczenia biznesu i administracji regionalnej.

Wspólna korzyść – silniejszy region

Docelowo Standard Obsługi Inwestora ma ujednolicić procedury i jakość obsługi w gminach – tak, aby inwestorzy mogli spodziewać się podobnych mechanizmów współpracy, transparentnych zasad i rzetelnej komunikacji, niezależnie od miejsca, w którym planują inwestycję. Spójność działań samorządów w tym zakresie zwiększa konkurencyjność całego regionu, a profesjonalne podejście do inwestora procentuje w postaci nowych przedsięwzięć, reinwestycji i dobrych rekomendacji.

Każdy inwestor to potencjalny partner na lata – warto więc od pierwszego kontaktu budować relację opartą na zaufaniu, kompetencji i otwartości. To właśnie inwestorzy, którzy czują się docenieni i dobrze zaopiekowani, stają się najlepszymi ambasadorami gminy w oczach kolejnych przedsiębiorców.

Standard Obsługi Inwestora – to zestaw sprawdzonych praktyk, procedur i narzędzi, który pokazuje, jak zorganizować współpracę z inwestorem

STANDARDY OBSŁUGI INWESTORA W MAŁOPOLSCE 2.0



Kraków jak Mars. Kosmiczne wyścigi na kampusie AGH

Trzy dni emocji, kilkadziesiąt drużyn z całego świata i innowacyjne konstrukcje robotów marsjańskich – tak wyglądała 11. edycja European Rover Challenge (ERC), największego wydarzenia kosmiczno-robotycznego w Europie. Odbłyło się ono na kampusie Akademii Górniczo-Hutniczej

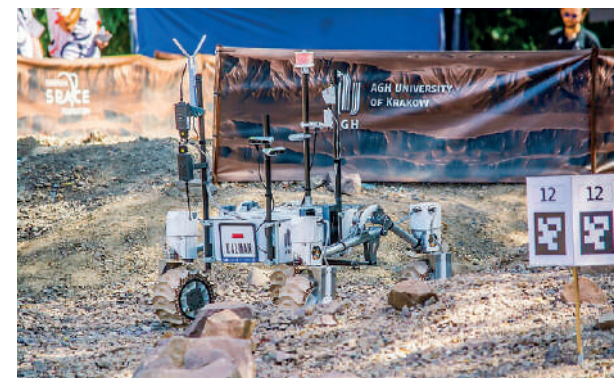
Tekst: Karol Sitkowski

W tym roku na Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie rywalizowały aż 24 drużyny z całego świata. Najlepszy zespół – EPFL Xplore ze Szwajcarii – zdobył złoto oraz specjalną nagrodę „Małopolska Innovation Champion” za najbardziej innowacyjne rozwiązania.

Drugie miejsce trafiło do zespołu STAR Dresden z Niemiec. Na podium nie zabrakło również naszych reprezentantów! Z ogromną dumą gratulujemy AGH Space Systems.

Nagrody zwycięzcom wręczyli m.in. Aleksander Miszalski, prezydent Krakowa, Jerzy Lis, rektor Akademii Górniczo-Hutniczej oraz w imieniu Łukasza Smółki, marszałka Województwa Małopolskiego, Andrzej Bańka, zastępca dyrektora Departamentu Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki.

ERC to nie tylko zawody robotów marsjańskich – to także konferencja naukowa, strefa biznesowa i wystawiennicza, które przyciągnęły tłumy uczestników. Województwo Małopolskie miało zaszczyt być partnerem regionalnym wydarzenia, objętego Patronatem Honorowym Marszałka.



FOT. UNIMWM



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



FOT. AGH



TECH-ON! Kraków & Małopolska Region

tekst KBF

Innowacja tworzy się dzięki sile wspólnot lokalnych, które wzmacniają i z odwagą wspierają głosy na rzecz zmian – sięgające dalej, ponad to, co znane. TECH-ON! – nowe na mapie konferencji i festiwali technologicznych wydarzenie – daje szansę na dostrzeżenie naszego miasta i regionu jako miejsca inwestycji: tutaj w wyjątkowy sposób nauka łączy siły z biznesem, kultura przenika się z technologią, a moc kreatywna prawdziwie inspirowuje

TECH-ON! to:

- ▶ nowa przestrzeń dla krakowskiego ekosystemu startupów;
- ▶ wydarzenie pozycjonujące Miasto Kraków i Małopolskę na mapie potencjału dla inwestycji krajowych i międzynarodowych;
- ▶ szansa na zaprezentowanie potencjału technologicznego i innowacyjnego miasta i regionu;
- ▶ synergia na styku działań startupów, firm technologicznych, liderów technologicznych, inwestorów venture capital, sektora kreatywnego i środowisk naukowych;
- ▶ spotkanie teoretyków i praktyków oraz miejsce, w którym technologia rozpatrywana jest pod względem nie tylko ekonomicznym czy produkcyjnym, ale również społecznym i kulturowym;
- ▶ spotkanie o międzynarodowym zasięgu, którego celem jest promocja inicjatyw, potencjału i kreatywności lokalnego ekosystemu.

TECH-ON! to więcej niż konferencja, to zderzenie światopoglądów i podejścia do technologii, innowacji czy projektowania przyszłości.

Zapamiętaj datę! 30 października 2025

Podczas tegorocznej edycji zaplanowano **trzy komplementarne pasma merytoryczne:**

- ▶ **PASMO: AI** – zderzenie praktycznego i naukowego podejścia do projektowania i wdrażania w codzienną praktykę narzędzi opartych o sztuczną inteligencję;

- ▶ **PASMO: SPACE & SECURITY** – aktualnie dynamicznie rozwijający się sektor kosmiczny mocno przenika się na wielu polach z bezpieczeństwem, w tym w aspektach technologicznych. Pasma to będzie więc próbą analizy, w jaki sposób budować skuteczne rozwiązania w tych strategicznych i wspierających się sektorach, a jednocześnie wykorzystać ogromny potencjał, jaki posiadamy;
- ▶ **PASMO: FUTURE & INNOWACJE MIEJSKIE** – jak technologia i jej rozwój wpływają na tkankę miejską? Jak społeczności, sztuka czy kultura powinny wykorzystywać i konsumować innowacje technologiczne? W tym paśmie usłyszymy odpowiedzi na te pytania, ale przede wszystkim sprawdzimy intuicyjne założenie, że najłatwiej przewidzieć przyszłość, projektując ją samodzielnie.

Wydarzenie organizowane jest przez Województwo Małopolskie, Miasto Kraków oraz Krakowskie Biuro Festiwalowe.



TECH-ON! odbędzie się w Centrum Kongresowym ICE



MAŁOPOLSKA AGENCJA
ROZWOJU REGIONALNEGO



**Dla Jednostek
Samorządu Terytorialnego**

Nowoczesne wsparcie HR

**Zarządzasz zespołem w JST?
Poznaj skuteczne rozwiązania
w zakresie:**

- pozyskiwania i utrzymania wartościowych pracowników,
- poprawy komunikacji wewnętrznej,
- zwiększenia motywacji zatrudnionych.

**Odpowiadamy na realne
potrzeby JST!**

Od wielu lat współpracujemy z administracją publiczną realizując projekty HR. Opracowaliśmy specjalistyczne usługi doradcze i szkoleniowe w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi. Zapewniamy profesjonalne wsparcie w dynamicznie zmieniającym się środowisku pracy.

Jak działamy?

- Ofertę dostosowujemy do indywidualnych potrzeb jednostki
- Pracujemy w oparciu o wnikliwą diagnozę HR - nasze rozwiązania są skuteczne i mierzalne
- Gwarantujemy dobór rozwiązań możliwych do wdrożenia w konkretnych realiach działania JST

**Wzmocnimy efektywność
Twojego zespołu!**

Małopolska Agencja
Rozwoju Regionalnego S.A.
ul. Kordylewskiego 11, 31-542 Kraków

 marr.pl

 dwr@marr.pl

 tel. 785 054 889

Małopolska! Miejsce dla Twojego Biznesu!

